

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PADA DOMINO'S PIZZA PADJAJARAN BOGOR

Dinny Imelda¹⁾, Oktori Kiswati Zaini²⁾, Yuary Farradia³⁾

¹⁾ Mahasiswa, Fakultas Ekonomi, Universitas Pakuan

²⁾ Dosen Ketua Komisi Pembimbing, Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

³⁾ Dosen, Anggota Komisi Pembimbing, Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan

ABSTRAK

Dinny Imelda, 021114209. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor. Dibawah bimbingan Ibu Oktori Kiswati Zaini dan Ibu Yuary Farradia. Tahun 2018.

Semakin berkembangnya industri makanan baik dari lokal maupun luar, banyak menawarkan hasil produknya dengan berbagai jenis, model dan rasa, membuat Domino's Pizza turut bersaing untuk menghasilkan produk dengan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Domino's Pizza merupakan restoran berantai dan waralaba makanan internasional yang mengkhususkan dalam pizza, yang memiliki 70 gerai di Indonesia yang tersebar di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung dan Bali. Salah satunya Domino's Pizza Padjajaran Bogor yang beralamat di Jl. Padjajaran No. 59E, Babakan, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16126. Untuk tetap bersaing Domino's Pizza berusaha meningkatkan kualitas pelayanan di setiap cabang gerainya dengan memberikan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan dan bersaing dengan perusahaan pizza sejenis.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor, kemudian untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor dan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor.

Penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 360 responden yaitu pengunjung Domino's Pizza Padjajaran Bogor. Metode analisis yang digunakan analisis deskriptif, korelasi rank spearman, dan koefisien determinasi (r^2) dengan menggunakan SPSS 23.

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor di nilai baik dengan nilai rata-rata sebesar 69,94%, sedangkan untuk tanggapan responden kepuasan pelanggan nilai rata-ratanya sebesar 76,47% termasuk kedalam kriteria baik. Hasil analisis *korelasi rank spearman* diperoleh $r_s = 0.503$, artinya kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang sedang. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 25,30%, artinya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 25,30% dan sisanya 74,40%, dipengaruhi oleh faktor lainnya setelah dilakukan uji hipotesis pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif, antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dan persaingan yang semakin ketat, mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan. Persaingan di bidang makanan khususnya restoran, menyebabkan pengusaha harus mempunyai strategi yang paling baik dan tepat untuk mempertimbangkan kondisi yang ada dalam perusahaan. Setiap orang yang mempunyai aktivitas berdampak pada minimnya menyediakan makanan, oleh karena itu orang lebih menyukai untuk makan di restoran yang menyajikan makanan maupun minuman dengan cepat, maka muncullah restoran-restoran siap saji dengan cita rasa enak serta suasana yang menyenangkan. Kondisi ini dibuktikan dengan peluang pasar di bidang makanan semacam pizza yang sangat terbuka luas. Hal ini mendorong semakin banyak jumlah persaingan di bidang restoran khususnya gerai pizza untuk melakukan inovasi dan menawarkan keunggulan yang berbeda untuk tetap bertahan dalam persaingan bisnis pizza. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan para pelanggan, dengan cara dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan harapan mereka. Beberapa tahun terakhir penggemar pizza luar biasa, mulai dari anak kecil, muda-mudi, hingga orang tua. Hal ini menyebabkan menjamurnya pizza di Kota Bogor misalnya seperti Pizza Hut, Domino's Pizza, Papa Ron's Pizza, Pizza Meteran, Pizza Kayu Bakar, Gian Pizza.

Domino's Pizza merupakan restoran berantai dan waralaba makanan internasional yang mengkhususkan dalam pizza. Tom

Monaghan adalah seseorang di balik Domino's Pizza. Beliau memulai bisnisnya pada tahun 1960, dan membuka gerai pertamanya di Ypsilanti, Michigan, US. Domino's Pizza merupakan pemimpin dunia dalam hal pengiriman pizza (*delivery*) jaringan kepemilikan perusahaan dan kepemilikan waralaba di Amerika Serikat dan pasar internasional. Di mulai pada tahun 2008, Domino's Pizza Indonesia di kelola dan beroperasi secara eksklusif oleh PT. Dom Pizza Indonesia di bawah perusahaan ritel terbesar di Indonesia PT. Mitra Adiperkasa (MAP).

Gerai pertama yang di buka di Indonesia terletak di Pondok Indah. Sampai saat ini sudah di buka kurang lebih 70 gerai Domino's Pizza yang tersebar di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung dan Bali. Sebagai salah satu restoran fastfood yang mulai melesat besar, Domino's Pizza tidak menghendaki para pelanggannya beralih ke kompetitor. Oleh sebab itu, tuntutan untuk selalu menjadi yang terbaik harus menjadi komitmen Domino's Pizza agar pelanggan tetap puas sehingga menimbulkan keinginan para pelanggan untuk kembali melakukan pembelian di Domino's Pizza.

Adapun di kota Bogor itu sendiri gerai pertama yang di buka terletak di Padjajaran Bogor pada 22 April 2010 dan sampai saat ini Domino's Pizza membuka di beberapa tempat, seperti di Teras Yasmin, Jalan Raya Tajur, Cibinong, Dramaga, Bondongan, Pasir Kuda.

Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Menurut Kotler Keller (2009:143) kualitas (*quality*) adalah total fitur

dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono dikutip oleh Danang Sunyoto (2012:238) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*). Dengan kualitas pelayanan yang baik akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan dengan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan antara lain bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*).

Perusahaan yang memenuhi standar kualitas pelayanan adalah yang dapat memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi pemasaran, harus berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

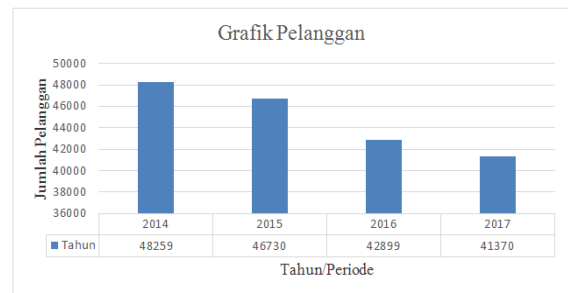
Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:9) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan produk memenuhi tanggapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi dari harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Dari sekian banyaknya gerai Domino's Pizza yang menjadi perhatian penulis adalah Domino's Pizza Padjajaran karena pada setiap tahunnya Domino's Pizza Padjajaran mengalami penurunan. Hal ini dibuktikan dengan data dibawah ini:

Tabel
Pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor Tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah Pelanggan
2014	48259
2015	46730
2016	42899
2017	41370

Sumber : Domino's Pizza Padjajaran Bogor, 2018



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Gambar
Grafik Pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor Tahun 2014-2017

Dalam periode empat tahun terakhir restoran fastfood Domino's Pizza Padjajaran Bogor mengalami penurunan jumlah pelanggan mulai dari tahun 2014 sampai 2017. Penyebab berkurangnya pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor karena kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, atau tingkat kepuasan, hal ini terlihat dari data keluhan pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor :

Tabel
Data Keluhan Domino's Pizza Padjajaran Bogor

Indikator	Keluhan	Tingkat kepuasan	Standar yang diinginkan
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Domino's Pizza Padjajaran Bogor memiliki area parkir yang kurang memadai	88%	90%
<i>Reliability</i> (Keandalan)	Memberikan layanan tidak sesuai dengan waktu yang mereka janjikan	83%	90%
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Pelayanan yang diberikan kurang cepat dan tepat waktu	80%	90%
<i>Assurance</i> (Jaminan)	Keramahan pegawai kurang menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku	81%	90%
<i>Empathy</i> (Empati)	Pegawai kurang ramah pada saat melayani pelanggan	85%	90%

Sumber : Data Primer 2018

Berdasarkan data keluhan Domino's Pizza Padjajaran Bogor, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan seperti dalam indikator bukti fisik yaitu Domino's Pizza Padjajaran Bogor

memiliki area parkir yang kurang memadai dengan persentase sebesar 88,6% standar yang diinginkannya adalah 90%. Sedangkan dalam indikator empati yaitu pegawai kurang ramah pada saat melayani pelanggan dengan nilai persentase sebesar 85% standar yang diinginkan adalah 90%. Dari segi kehandalan adalah pegawai memberikan layanan tidak sesuai dengan waktu yang mereka janjikan dengan nilai persentase sebesar 83,6% standar yang diinginkannya 90%. Dari segi jaminan adalah keramahan pegawai kurang menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku dengan nilai rata-rata sebesar 81,2% standar yang diinginkannya adalah 90%. Sedangkan dari segi terakhir adalah segi daya tanggap yaitu dalam Pelayanan yang diberikan kurang cepat dan tepat waktu dengan nilai persentase sebesar 80% standar yang diinginkannya adalah 90% dari data keluhan domino's pizza padjajaran bogor dari semua dimensi kualitas pelayanan belum mencapai standar yang diinginkan.

Jika kondisi diatas tidak diperhatikan atau diperbaiki oleh pihak manajemen maka akan merugikan Domino's Pizza, karena di khawatirkan pelanggan akan berpindah ke kompotitor lain, yang berdampak menurunnya pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian pada Domino's Pizza Padajajaran Bogor dengan judul penelitian ***“Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor”***

Kerangka Pemikiran

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam

bentuk fisik atau konstuksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen. Sedangkan Domino's Pizza adalah restoran berantai dan waralaba makanan internasional yang mengkhususkan dalam pizza dengan kualitas yang mereka miliki.

Menurut Kotler Keller (2009:143) kualitas (*quality*) adalah total fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Menurut Kotler dan Keller (2009:177) kepuasan mencerminkan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Dari hasil penelitian sebelumnya oleh Yunita (2016) dengan variabel penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian sebelumnya yang kedua oleh Nuraini (2017) dengan variabel penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, Hasil penelitian berdasarkan hasil kuesioner kualitas pelayanan pada rumah makan bebek goreng adalah sangat baik. Indikator yang digunakan oleh kedua peneliti kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*) sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

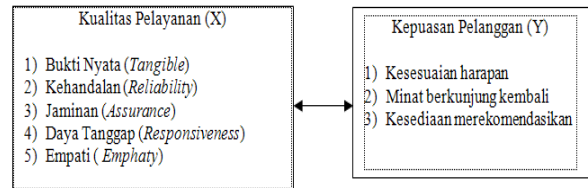
Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman dalam Zulian Yamit (2013:10) telah melakukan terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah:

1. *Tangible* (Bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness* (Daya tangkap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (Jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.
5. *Empathy* (Empati), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Dari lima indikator kualitas pelayanan tersebut apabila dilaksanakan dan diterapkan dengan baik dalam perkembangan perusahaan khususnya Domino's Pizza Padjajaran Bogor. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu pelayanan pelanggan akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat mempertemukan harapan pelanggan dan sisem kinerja yang dirasakan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka dapat di gambarkan konstelasi penelitian sebagai berikut:



**Gambar
Kontelasi Penelitian**

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian verifikatif dengan metode penelitian *explanatory survey* yang bertujuan untuk menguji hipotesis, dan menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel yaitu kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang merupakan data primer dan sekunder. Dimana sumber data penelitian berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor dan data yang diperoleh dari manajemen perusahaan. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung yaitu internet dan perpustakaan.

Sumber Data Penelitian

1. Data primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh yaitu kuesioner dan pengamatan atau observasi. Observasi dan kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung kepada pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor.

2. Data sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari beberapa sumber yaitu catatan atau dokumentasi Domino's Pizza Padjajaran Bogor, internet dan lain-lain.

Operasionalisasi Variabel

Tabel
Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas pelayanan (X)	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	<ol style="list-style-type: none"> Domino's Pizza Padjajaran Bogor memiliki area parkir yang memadai Penampilan pegawai tampak rapi Mudahnya mendapatkan informasi lokasi restoran 	Ordinal
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	<ol style="list-style-type: none"> Pegawai memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan Memberikan layanan sesuai dengan waktu yang mereka janjikan Menawarkan makanan dengan harga yang lebih rendah dibandingkan restoran sejenis lainnya 	Ordinal
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> Pelayanan yang diberikan cepat dan tepat waktu Antrian panjang saat weekend yang menimbulkan komplain dari customer/pembeli Pelayanan yang diberikan tidak akan membuat pelanggannya menunggu lebih lama 	Ordinal
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan Pegawai menyampaikan informasi yang akurat (potongan harga/diskon) Keramahan pegawai menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku 	Ordinal
	<i>Empathy</i> (Empati)	<ol style="list-style-type: none"> Keramahan pegawai saat berkomunikasi dengan pelanggan Pegawai berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan Pegawai memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan 	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian Harapan	<ol style="list-style-type: none"> Pelanggan puas dengan pelayanan Domino's Pizza Padjajaran Bogor Kualitas pelayanan Domino's Pizza Padjajaran Bogor sesuai dengan keinginan pelanggan Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan 	Ordinal
	Minat Berkunjung Kembali	<ol style="list-style-type: none"> Berminat berkunjung kembali, karena karyawan memiliki bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang baik Berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai 	Ordinal
	Kesediaan merekomendasikan	<ol style="list-style-type: none"> Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli Domino's Pizza Padjajaran Bogor Menyarankan teman atau kerabat karena pelayanan fasilitas penunjang yang memadai Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi pizza 	Ordinal

Sumber : Peneliti, 2018

Metode Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel dengan teknik sampling nonprobabilitas (*nonprobability sampling*). Dimana semua elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Untuk menentukan sampel peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = populasi

e = error atau nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan, atau % tingkat kesalahan atau error yang masih dapat ditolelir.

Perhitungan untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1% sampai 10%. Karena keterbatasan waktu dan tenaga serta demi kenyamanan para pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan taraf kesalahan sebesar 5%.

Populasi yang digunakan yaitu rata-rata jumlah pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor selama 4 tahun terakhir yaitu sebanyak 41370 orang.

Maka jumlah sampel berdasarkan rumus slovin sebagai berikut:

Tabel
Pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor
Tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah Pelanggan
2014	48259
2015	46730
2016	42899
2017	41370

Sumber : Domino's Pizza Padjajaran Bogor, 2018

N = 3448 (Hasil dari 41370 dibagi 12 bulan)

e = 0.05 (5%)

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{3448}{1 + 3448 (0,05)^2}$$

n = 358,41 Dibulatkan menjadi 360

Jadi sampel yang akan diteliti adalah 358,41 Responden. Pembulatan menjadi 360 Responden dimaksudkan agar nilai error/tingkat kritis dipastikan dibawah 5%.

Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung perolehan data yang dibutuhkan gua mendukung penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara :

1. Observasi

Dalam kegiatan ini penulis melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data yang diperlukan.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Wawancara yang dilakukan terhadap pihak yang berwenang atau berkepentingan yaitu pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah dengan menyebar daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor.

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu kuesioner yang telah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Kuesioner dibuat dengan kategori multiple choice dengan menggunakan skala likert,

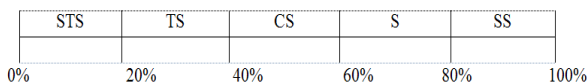
dimana setiap pertanyaan dibagi menjadi skala ukuran yaitu :

**Tabel
Skala likert**

Kriteria Jawaban	Inisial	Skala atau Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono, (2014:169)

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$



Sumber : Sugiyono (2014:137)

Uji Validitas Dan Uji Reabilitas

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi komputer Excel dan Statistical Program For Social Science (SPSS) 23.

1. Uji Validitas

Analisis ini dilakukan dengan tujuan menguji apakah data atau tiap pertanyaan yang didapat sesuai dengan kondisi populasinya. Wijaya (2011:85).

Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n})(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n})}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = Variabel bebas kualitas pelayanan

Y = Variabel terikat kepuasan pelanggan

n = Periode Waktu

Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item

pertanyaannya valid apabila skor item pertanyaan yang dimiliki korelasi positif dan signifikan.

2. Uji Reabilitas

Untuk menguji reabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *Alpha Cronbach's*. Rumus alpha digunakan untuk alternative jawaban yang lebih dari dua rumus berikut ini:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} = Reabilitas Instrument

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

σ_t^2 = Varian Total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Deviasi Standar Butiran

Suatu angket penelitian dinyatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki Cronbach alpha > 0,6.

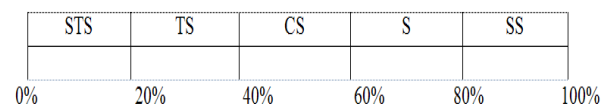
Metode Pengolahan / Analisis Data

Analisis Deskriptif

Bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor.

Tanggapan Total Responden

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$



Korelasi Rank Spearman

Korelasi *Rank Spearman* digunakan untuk mencari atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel

yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar variabel tidak harus sama. Metode Analisa ini digunakan untuk menganalisis ada tidaknya hubungan antara variabel, jika ada hubungan maka berapa besar pengaruhnya.

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan atau derajat hubungan antara diferensiasi produk dengan keputusan pembelian, dapat diukur dengan menggunakan rumus *rank spearman* melalui langkah-langkah sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

r_s = koefisien korelasi spearman

di = perbedaan ranking antara pasangan data

\sum = notasi jumlah

N = banyaknya pasangan data

Nilai r terbesar adalah +1 dan r terkecil adalah -1, $r = +1$ menunjukkan hubungan positif sempurna, sedangkan $r = -1$ menunjukkan hubungan negatif sempurna. r tidak mempunyai satuan atau dimensi. Tanda + atau - hanya menunjukkan arah hubungan. Interpretasi nilai r dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono, (2012:137)

Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi atau nilai koefisien determinasi (R²) menunjukkan presentase pengaruh semua variabel diferensiasi produk terhadap variabel keputusan pembelian. Menjelaskan besarnya kontribusi yang diberikan variabel biaya promosi terhadap variabel volume

penjualan. Rumus koefisien determinasi dapat ditunjukkan sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KP = Koefisien penentu atau koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi dari hasil penelitian, apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak. Adapun untuk mencari nilai Z_{hitung} untuk korelasi adalah :

$$Z_{hitung} = r\sqrt{n-1}$$

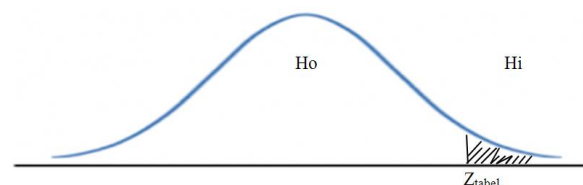
Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Data

Adapun langkah untuk hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Membuat hipotesis
 H_o : $\rho = 0$ Tidak ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan
 H_i : $\rho > 0$ ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan
2. Menentukan taraf nyata
3. Menentukan daerah kritis



Gambar

Kurva Pengujian Hipotesis

4. Mencari Z_{hitung} , dengan rumus :

$$Z_{hitung} = r\sqrt{n-1}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Data

5. Membuat simpulan

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor

Berikut adalah tabel hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan :

a. Korelasi Rank Spearman

Tabel
Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor

Correlations			VAR00001	VAR00002
Spearman's rho	Kualitas-Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	,503**
		Sig. (1-tailed)	.	,000
		N	360	360
	Kepuasan-Pelanggan	Correlation Coefficient	,503**	1,000
		Sig. (1-tailed)	,000	.
		N	360	360

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber : output SPSS 23, 2018

Hasil perhitungan korelasi menjelaskan tentang nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dari output SPSS diatas dapat diketahui dari korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan didapat nilai koefisien sebesar 0,503.

Tabel
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Karena nilai koefisien berada pada rentang 0,40 – 0,599 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah sedang.

b. Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,503^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,253009 \times 100\% = 25,30\%$$

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan sebesar 25,30%, sedangkan sisanya sebesar 74,70% dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas pelayanan.

c. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak dan adakah hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi :

$$Z_{tabel} = 1,96 \text{ (menggunakan taraf nyata 5\%)}$$

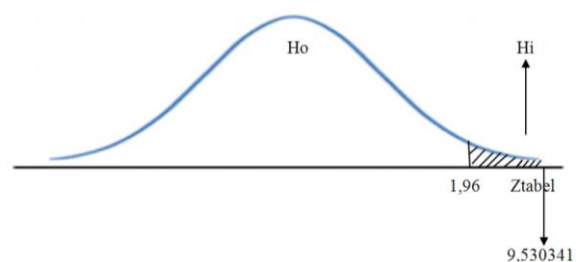
Nilai Z_{hitung} :

$$Z_{hitung} = r\sqrt{n-1} = 0,503\sqrt{360-1} = 0,503 \times 18,947 = 9,530341$$

Nilai Z_{tabel} :

H_0 : $\rho = 0$ Tidak ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

H_1 : $\rho > 0$ Ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan



Gambar
Kurva Pengujian Hipotesis

Berdasarkan perhitungan Z_{hitung} diperoleh nilai 9,530341 yang menyatakan bahwa $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Interpretasi Hasil Penelitian

1. Dari lima indikator kualitas pelayanan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor yang diteliti, yaitu bukti fisik dengan rata-rata sebesar 72,47%, Kehandalan dengan rata-rata sebesar 74,90%, daya tanggap dengan rata-rata sebesar 75,31%, jaminan dengan rata-rata sebesar 72,38%, dan empati dengan rata-rata sebesar 78,85% dan rata-rata dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Domino's Pizza padjajaran Bogor secara keseluruhan adalah 75,15% dinilai baik oleh pelanggan.
2. Dari tiga indikator kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor yang diteliti, yaitu kesesuaian harapan dengan rata-rata sebesar 80,58%, minat berkunjung kembali dengan rata-rata sebesar 73,18% dan kesediaan merekomendasikan dengan rata-rata sebesar 77,02% dan rata-rata dari tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor secara keseluruhan adalah 76,47% dinilai baik oleh pelanggan tetapi belum standar kepuasan.
3. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah sedang, kontribusi kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy) dengan kepuasan pelanggan Domino's Pizza Padjajaran Bogor sebesar 25,30% dan sisanya sebesar 74,70% dipengaruhi oleh faktor lainnya diantaranya adalah faktor yang pertama faktor budaya yang berdasarkan seringnya pelanggan datang ke Domino's

Pizza Padjajaran Bogor, kedua faktor sosial berdasarkan rekomendasi rekan kerja sebagai referensi untuk datang ke Domino's Pizza Padjajaran Bogor, yang ketiga yaitu faktor pribadi berdasarkan keinginan atau minat sendiri untuk datang ke Domino's Pizza Padjajaran Bogor, yang keempat yaitu faktor psikologis berdasarkan pengalaman pelanggan yang sudah datang ke Domino's Pizza Padjajaran Bogor menurut Philip Kotler dan Keller (2009:166). Setelah dilakukan uji hipotesis ternyata terbukti terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Maharani (2016).

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor, maka penulis menyimpulkan :

1. Variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh Domino's Pizza Padjajaran Bogor dikatakan baik, dengan hasil jawaban responden rata-rata 75,15% menjawab baik artinya pelayanan yang telah diberikan oleh Domino's Pizza Padjajaran Bogor baik.
2. Kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor dikatakan puas, dengan hasil jawaban responden rata-rata 76,47% menjawab puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Domino's Pizza Padjajaran Bogor. Hal ini menandakan bahwa Domino's Pizza Padjajaran Bogor sudah memberikan pelayanan yang puas bagi pelanggannya.
3. Terdapat hubungan yang sedang antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan terlihat dari r_s 0,503. Dimana

semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor, sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan yang diterima maka akan semakin rendah pula kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor. Didapat nilai Koefisien Determinasi sebesar 25,30% yang berarti kontribusi variable kualitas pelayanan atau sumbangan variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sedang yaitu sebesar 25,30% Sedangkan sisanya sebesar 74,70% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kualitas pelayanan. Maka hipotesis yang diajukan diterima yaitu ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Domino's Pizza Padjajaran Bogor. Setelah diuji, terbukti terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan karena nilai Sig 0,000 < 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2008). *Marketing*. Jakarta : PT Buku Kita
- Ali Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta : PT Buku Seru
- Danang Sunyoto. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran* yogyakarta: Andi Offset
- Fandy Tjiptono & Diana Anastasia. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Fandy Tjiptono dan Chandra Gregorius. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi empat. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Kotler, Philip dan Kevin Kane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Kane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid 1, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Kane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid 2, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Kane Keller (2012), *Manajemen Pemasaran*. Edisi dua belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management The Millennium Edition*. New Jersey : Prentice-Hall
- Harman Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta
- Lovelock Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi* Jilid 2 Edisi ketujuh. Jakarta : Erlangga
- Lovelock, Christopher dan Jochen Wirtz. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT Indeks
- Lovelock, Christopher dan Wright Lauren. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks
- Rambat Lupiyoadi, (2013), *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3, Jakarta : Salemba Empat
- Sofjan Assauri. (2012). *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta : PT. Rajagrafindo
- Stanton, Wiliam J. (2011). *Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid satu. Edisi kesepuluh. Jakarta: Erlangga
- Sudarso, Andriasan. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Edisi 1. Cetakan 1. Jogyakarta : CV Budi Utama

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian* . Bandung : Alfabeta
- Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner & Dwayne D Gremler. (2013). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. North American : McGraw-Hill
- Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner & Dwayne D Gremler. (2013). *Service Marketing, Sixth Edition*. New York : The McGraw-Hill
- Zulian Yamit. (2013). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia